

## STUDI DESKRIPTIF PERILAKU WISATAWAN DALAM BEERWISATA KULINER DI SURABAYA

**Tiara Paskanita**

Manajemen Layanan dan Pariwisata / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

**Abstrak** - Kota Surabaya memiliki potensi wisata yang cukup bagus di berbagai bidang termasuk kuliner. Berdasarkan data, Jawa Timur yang termasuk didalamnya adalah kota Surabaya menduduki peringkat ke 2 setelah DKI Jakarta dalam Perkembangan Usaha Makanan/Restoran Skala Menengah dan Besar. Hal ini menunjukkan bahwa wisata kuliner di Surabaya pada saat ini semakin berkembang dan dicari oleh wisatawan dari berbagai daerah. Berdasarkan sigi awal diketahui adanya kecenderungan perbedaan perilaku wisatawan saat berwisata kuliner di Surabaya, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perilaku wisatawan dalam berwisata kuliner di Surabaya. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, teknik pengambilan sampel adalah non probability sampling. Jumlah sampel sebanyak 150 wisatawan. Metode pengolahan data yaitu analisis deskriptif, distribusi frekuensi, dan tabulasi silang. Penelitian ini menemukan bahwa perilaku wisatawan saat berwisata kuliner di Surabaya adalah beragam. Mayoritas wisatawan yang berwisata kuliner di Surabaya menyukai menu mie pangsit, serta menu ayam dan bebek goreng sebagai menu yang paling sering dipilih, dengan menu yang beraneka ragam sebagai alasan. Waktu berwisata kuliner terbanyak adalah pada saat akhir pekan. Pihak yang paling mempengaruhi adalah teman. Frekuensi sering wisatawan berwisata kuliner di Surabaya yang terbanyak adalah  $\geq 1$  kali dalam 1 minggu, dan kendaraan pribadi sebagai alat transportasi yang digunakan saat berwisata kuliner di Surabaya  
Kata kunci : Wisata kuliner, Studi Deskriptif, Perilaku wisatawan

**Abstract** - Surabaya has a pretty good tourism potential in various fields including culinary. Based on the data, the East Java City of Surabaya is including number 2 after the DKI Jakarta in the Development Efforts of Food/Restaurant Medium and Large Scale. This shows that culinary tourism in Surabaya currently growing and sought by travelers from different regions. According the pretest for 30 samples, can be identified difference of behavior of tourists when culinary travelling in Surabaya, so more research needs to be done. This research have a purpose, the purpose is to knowing more about tourists attitude when they did a culinary travelling at Surabaya.

Type of this research included in a descriptive research, the sampling technique is non-probability sampling. Total of this sample are 150 samples. Data analysis method used descriptive analysis, frequency tables, and cross tabulation tables.

This research showing that tourist behavior when culinary traveling in Surabaya is various. Most of tourist whom did a culinary travelling at Surabaya likes noodles,

*chicken and duck fries as a most chosen menu, which they did a culinary travelling because a menu was varied. Most of time they did a culinary travelling was when a weekend comes. Tourist was pushing by their friends. Most of time they did a culinary travelling at Surabaya is more than once time in a week, and their own car being a most transportation to do a culinary travelling at Surabaya.*

*Keyword : Culinary Travelling, Descriptive, Tourists Behavior*

## **Pendahuluan**

Pada jaman moderen ini pariwisata dinilai sebagai suatu aktivitas yang bertujuan untuk mencari kepuasan, mendapatkan kenikmatan, berobat, mengetahui atau mempelajari sesuatu, menikmati olah raga, menunaikan tugas, berziarah, dan beristirahat. Gaya hidup yang berubah serta taraf hidup masyarakat yang meningkat menjadi salah satu faktor masyarakat melakukan perjalanan wisata.

Pariwisata saat ini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama yang menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Berwisata dinilai sebagai salah satu kebutuhan biologis untuk mengurangi kejenuhan dari kepenatan yang dialami masyarakat setelah menjalani aktivitas sehari – hari, sehingga berwisata menjadi salah satu cara bagi masyarakat untuk menyegarkan kembali pikiran dari kejenuhan yang telah dialami saat beraktivitas sehari – hari.

Menurut Soekadijo (2000:29), industri pariwisata adalah industri yang kompleks. Dalam kompleks industri pariwisata terdapat industri – industri lain seperti industri perhotelan, industri rumah makan, industri kerajinan tangan / cinderamata, industri perjalanan dan sebagainya.

Industri pariwisata yang sekarang sedang mengalami perkembangan pesat adalah bidang kuliner yaitu yang berkaitan dengan penyediaan makanan dan minuman. Trend

wisatawan sekarang adalah datang ke suatu daerah wisata untuk mencari atau berburu makanan khas daerah tersebut dan tidak segan-segan membayar mahal untuk menikmati suatu hidangan. Perubahan gaya hidup masyarakat juga telah terjadi, mereka makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut saja, tetapi juga mencari suasana dan pelayanan sebagai bagian dari sajian makanan yang dipesan. Banyak restoran dan tempat makan baru didirikan dengan kualifikasi dan ciri khas masing-masing.

Masuknya industri kuliner ke dalam bagian dari pengembangan industri kreatif di Indonesia merupakan kesadaran dari pemerintah akan besarnya potensi yang ada didalamnya. Selain karena jumlah penduduk Indonesia sebagai pasar domestik yang besar, Indonesia pun kaya akan keragaman lokal, yaitu beraneka makanan tradisional di tiap daerah. Pertumbuhan restoran atau usaha makanan di beberapa daerah di Indonesia semakin memperjelas hal ini. Jawa Timur menduduki peringkat ke tiga setelah DKI Jakarta dan Jawa Barat dalam Perkembangan Usaha Makanan/ Restoran Skala Menengah dan Besar, hal ini membuktikan bahwa Jatim mempunyai peluang untuk mengalahkan Ibu Kota DKI Jakarta dalam bidang perkembangan kuliner.

Surabaya sebagai ibukota dari Jawa Timur memiliki potensi untuk dijadikan sebagai kota tujuan wisata. Hal tersebut yang menyebabkan pemerintah kota membentuk sebuah badan promosi untuk mempromosikan kota Surabaya, yang diberi nama Surabaya Tourism Promotion Board. Badan promosi ini yang menciptakan slogan *Sparkling Surabaya* yang dijadikan sebagai slogan kota Surabaya.

Surabaya merupakan salah satu kota yang dijadikan ikon wisata kuliner dan daerah yang memiliki kekayaan kuliner. Hal ini tidak terlepas karena banyaknya ragam

dan jenis makanan, minuman, maupun camilan khas kota berjuluk Kota Pahlawan ini. Makanan khas yang ada seperti se manggi, tahu cam pur, maupun lontong balap. . Setidaknya kuliner daerah nantinya menjadi bagian dari wisata kuliner untuk menjaring wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Belum lagi berbagai jajanan tradisional dan minuman yang telah dimodifikasi. Tak heran jika banyak pula mereka yang melancong ke Surabaya akan menyempatkan diri untuk berwisata kuliner khususnya wisatawan Asia. Untuk mengetahui perilaku dari para wisatawan dalam berwisata kuliner di Surabaya maka diadakan survei awal terhadap 30 responden, dan respon yang didapat sangat positif dan beragam, mayoritas responden berwisata kuliner di Surabaya karena makanannya yang beraneka ragam.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer, Asas pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras nominal. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan cara teknik pengambilan *non probability sampling*. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. Sampel ditetapkan dalam penelitian ini dipilih sesuai dengan karakteristik populasi, diantaranya adalah pendidikan minimal adalah SMA, pernah berwisata kuliner di Surabaya dalam kurun waktu 2 bulan terakhir dan bukan berwisata kuliner di *mall*. Peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 150 responden.

Langkah-langkah dalam prosedur pengumpulan data, pada penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Menentukan variabel, elemen, serta indikator yang akan diukur, (2) Menyusun kuesioner sesuai dengan topik yang diteliti, (3) Melakukan penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan dan meminta

kesediaan responden untuk mengisi kuesioner, (4) Mengumpulkan kuesioner yang telah diisi oleh responden dan menyeleksi agar dapat diketahui mana kuesioner yang layak dan tidak layak digunakan, (5) Menganalisis dan mengolah data yang ada secara lebih lanjut untuk penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Perilaku Wisatawan/Konsumen dalam berwisata kuliner di Surabaya. Berdasarkan pada hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa responden memiliki gambaran yang positif terhadap wisata kuliner di Surabaya. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh para responden dan dikur dengan 8 variabel perilaku konsumen.

Tabel 1 menunjukkan variabel *Who is the user*, yang dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin laki-laki, usia 16- $\geq$ 21 tahun, pendidikan terakhir SMA/SMK, status pekerjaan Pelajar/Mahasiswa, dan berwisata kuliner di Surabaya antara 3-4 kali dan  $\geq$ 5 kali dalam kurun waktu 2 bulan terakhir.

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan *Who Is The User***

Data Identitas Responden	Jumlah	%
<b>a. Berdasarkan Jenis Kelamin :</b>		
Laki-laki	77	51,3
Perempuan	73	48,7
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>
<b>b. Berdasarkan Usia Responden :</b>		
16 - $\geq$ 21 tahun	94	63,3
22 - $\geq$ 25 tahun	23	14,7
26 - $\geq$ 30 tahun	8	5,3
31 - $\geq$ 35 tahun	6	4
$\geq$ 36 tahun	18	12,7
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>
<b>c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir :</b>		
SMA/SMK	104	69,3
D3	10	6
S1	28	19,3
S2	8	5,3
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>
<b>d. Berdasarkan Status Pekerjaan :</b>		
Pegawai negeri	3	2
Pegawai swasta	33	22

Wiraswasta	9	6
Ibu Rumah Tangga	4	2,7
Pelajar / Mahasiswa	97	64,7
Lainnya	4	2,7
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>
<b>e. Berdasarkan frekuensi berwisata kuliner :</b>		
1 kali	11	7,3
2 kali	27	18
3-4 kali	56	37,3
≥ 5 kali	56	37,3
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

Dari hasil penelitian diketahui bahwa perilaku wisatawan dalam berwisata kuliner di Surabaya sangat beragam tetapi menunjukkan keberagaman yang positif. Dari 14 menu makanan yang ada, hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan *What They Choose***

No.	Menu Makanan	Jumlah	Peringkat
1	Ayam dan Bebek Goreng	139	2
2	Bakso dan Bakwan	125	5
3	Mie Pangsit	140	1
4	Siomay dan Batagor	98	13
5	Bubur Ayam	102	11
6	Lontong Balap dan Lontong Kupang	85	14
7	Tahu Tek-Tek dan Tahu Campur	105	10
8	Rawon	106	9
9	Pecel	121	6
10	Rujak dan Gado-Gado	99	12
11	Nasi dan Mie Goreng	109	8
12	Sate dan Gule	114	7
13	Soto, Sop, dan Kikil	132	3
14	Aneka Nasi	126	4

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner November 2013, diolah

Pada tabel 3 menunjukkan lokasi mana yang biasa dituju oleh para wisatawan untuk menikmati kuliner di Surabaya sesuai dengan masing-masing menu yang ada. Pada tabel, nilai tertinggi adalah menu Ayam dan Bebek Goreng dengan lokasi yang dipilih adalah Ayam Penyet Bu Kris, dikarenakan Bu Kris saat ini sudah memiliki banyak cabang dikarenakan rasanya yang tidak berubah dari awal, mempunyai rasa yang khas. Tidak hanya itu, Bu Kris juga mematok harga yang murah sehingga siapa saja dapat menikmati beragam menu yang ada.

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan *Where They Go***

No.	Menu	Nama Rumah Makan	Jumlah
	Ayam dan Bebek Goreng	Ayam Penyet Bu Kris	87
	Bakso dan Bakwan	Bakwan Kapasari	38
	Mie Pangsit	Pangsit Mie Tidar	46
	Siomay dan Batagor	Batagor Manyar	41
	Bubur Ayam	Bubur Ayam Jakarta ( Bintoro )	32
	Lontong Balap dan Kupang	Lontong Balap Pak Endut	36
	Tahu Tek-Tek dan Campur	Tahu Tek-Tek Pak Jayen	57
	Rawon	Rawon Kalkulator ( Bungkul )	46
		Rawon Setan	46
	Pecel	Pecel Bu Kus	42
	Rujak dan Gado-Gado	Rujak Cingur Delta	58
	Nasi dan Mie Goreng	Nasi Goreng TP (Basuki Rahmat)	38
	Sate dan Gule	Sate Ondemohen	38
	Soto, Sop, dan Kikil	Soto Ayam Cak Har	80
	Aneka Nasi	Nasi Udang Bu Rudi	70

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner November 2013, diolah

Tabel 3 memberi informasi tentang mengapa para wisatawan menyukai berwisata kuliner di Surabaya. Dari tabel dapat dilihat bahwa mayoritas dari para responden memilih alasan Makanan yang beraneka ragam dalam berwisata kuliner di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa Surabaya kaya akan keragaman kulinernya yang berhasil menarik wisatawan untuk berwisata.

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan *Why They Choose It***

No.	Jawaban		Jumlah	%
1.	Makanan yang beraneka ragam		66	44
2.	Rasa yang enak		49	32,67
3.	Harga yang murah/terjangkau		29	19,33
4.	Suasana yang menarik		3	2
5.	Lainnya	Iseng	1	0,66
		Karena kost di Surabaya	1	0,66
		Harga dan rasa yang memuaskan	1	0,66
	<b>TOTAL</b>		<b>150</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner November 2013, diolah

Pada tabel 5 dari hasil kuesioner yang telah diolah menunjukkan variabel siapa yang paling mempengaruhi dalam berwisata kuliner di Surabaya. Dari tabel nilai tertinggi adalah Teman sebagai orang yang memberi pengaruh pada responden dalam berwisata kuliner di

Surabaya. Karena pada saat sekarang ini banyak orang yang menghabiskan waktunya diluar rumah, oleh karena itu waktu yang dihabiskan lebih banyak bersama teman dibandingkan keluarga.

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan *Who Participates In Decision Making***

No.	Jawaban	Jumlah	%
1.	Keluarga	43	28,67
2.	Teman	83	55,33
3.	Inisiatif sendiri	23	15,33
4.	Lainnya Pacar	1	0,66
<b>TOTAL</b>		<b>150</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner November 2013, diolah

Pada tabel 6 memberi informasi tentang variabel waktu yang digunakan oleh wisatawan untuk berwisata kuliner di Surabaya. Dari total 150 responden, sebanyak 83 responden atau 55,33% memilih Akhir Pekan sebagai waktu yang digunakan untuk berwisata kuliner, karena pada hari biasa banyak orang yang masih sibuk dengan rutinitas, sedangkan untuk hari libur nasional banyak orang yang memanfaatkan waktunya untuk beristirahat sehingga akhir pekan dipergunakan oleh banyak orang untuk berwisata terutama wisata kuliner.

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keramaian pada lokasi-lokasi wisata kuliner di Surabaya meningkat pada saat Akhir Pekan.

**Tabel 6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan *When They Go***

No.	Jawaban		Jumlah	%
1.	Hari Biasa		55	36,67
2.	Akhir Pekan		83	55,33
3.	Hari Libur Nasional		4	2,67
4.	Lainnya	Tidak tentu	2	1,33
		Jika ada waktu senggang	2	1,33
		Tiap ada kesempatan	1	0,66
		Bila tidak masak	1	0,66
		Bila ingin	1	0,66
		Bila bolos kuliah	1	0,66
	TOTAL		150	100

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner November 2013, diolah

Tabel 7 menunjukkan frekuensi dari para responden dalam berwisata kuliner di Surabaya, dari 4 pilihan yang ada, pilihan tertinggi ada pada frekuensi  $\geq 1$  kali dalam 1 minggu. Hal ini



menunjukkan bahwa para responden sangat gemar dan aktif dalam berwisata kuliner di Surabaya.

**Tabel 7**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan *How Often They Go***

No.	Jawaban	Jumlah	%
1.	≥1 kali dalam 1 minggu	62	41,33
2.	1 minggu sekali	46	30,67
3.	2 minggu sekali	26	17,33
4.	1 bulan sekali	14	9,33
5.	Lainnya		
	Tidak tentu	1	0,66
	3 minggu sekali	1	0,66
<b>TOTAL</b>		<b>150</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner November 2013, diolah

Tabel 8 menunjukkan alat transportasi apa yang dipilih responden untuk digunakan saat berwisata kuliner di Surabaya. Dari 2 pilihan yang ada, yaitu Kendaraan pribadi dan Kendaraan umum, pilihan tertinggi responden adalah Kendaraan pribadi dikarenakan dengan kendaraan pribadi akses menjadi lebih mudah dan dirasa lebih nyaman, sehingga responden lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi sebagai alat transportasi untuk berwisata kuliner di Surabaya.

**Tabel 8**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan *How They Go***

No.	Jawaban	Jumlah	%
1.	Kendaraan Pribadi ( Mobil, Motor )	144	96
2.	Kendaraan Umum ( Bus, Bemo, Taksi )	6	4
<b>TOTAL</b>		<b>150</b>	<b>100</b>

Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner November 2013, diolah

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari tanggapan responden mengenai Perilaku Wisatawan dalam berwisata kuliner di Surabaya, berdasarkan variabel *who is the user* (siapa yang menggunakan), *what they choose* (apa yang dipilih wisatawan), *where they go* (kemana wisatawan pergi), *why they choose it* (alasan wisatawan memilih), *who participates in the decision making* (siapa yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan), *when they go* (kapan wisatawan pergi), *how often they go* (frekuensi wisatawan dalam berwisata), dan *how they go* (bagaimana wisatawan pergi). Berdasarkan hasil penelitian, maka ringkasan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Data mayoritas wisatawan yang menyukai wisata kuliner di Surabaya adalah berjenis kelamin laki-laki, usia 16-21 tahun, pendidikan terakhir SMA/SMK, status pekerjaan Pelajar/Mahasiswa, dan frekuensi berwisata kuliner  $\geq 5$  kali dalam 2 bulan terakhir.
2. Mayoritas wisatawan menyukai menu Mie Pangsit, sedangkan Ayam dan Bebek Goreng sebagai menu yang paling sering dipilih hal ini didukung dengan banyaknya wisata kuliner yang menyediakan menu tersebut.
3. Rumah makan yang paling sering dikunjungi adalah rumah makan yang menyediakan menu Ayam dan Bebek Goreng yaitu rumah makan Ayam Penyet Bu Kris.
4. Alasan wisatawan memilih berwisata kuliner di Surabaya dikarenakan makanan yang beraneka ragam baik makanan khas ataupun makanan yang bisa dijumpai dimana saja.
5. Faktor yang paling mempengaruhi wisatawan dalam berwisata kuliner di Surabaya adalah teman.
6. Waktu yang paling sering dipergunakan para wisatawan untuk berwisata kuliner adalah pada saat akhir pekan.
7. Frekuensi yang paling banyak dipilih oleh para wisatawan adalah  $\geq 1$  kali dalam 1 minggu.
8. Mayoritas wisatawan memilih menggunakan kendaraan pribadi sebagai alat transportasi yang digunakan untuk berwisata kuliner di Surabaya.

Berdasarkan ringkasan di atas, terbukti bahwa wisata kuliner di Surabaya cukup menarik banyak wisatawan, dan berikut rekomendasi yang diajukan agar wisata kuliner di Surabaya semakin berkembang :

1. Untuk pemerintah kota Surabaya

Saat ini Surabaya sudah menjadi salah satu kota tujuan pariwisata. Tidak hanya pada bidang perdagangan saja bahkan pada bidang lainnya seperti wisata kuliner. Dari hasil penelitian diketahui bahwa menu Lontong Kupang dan Lontong Balap serta Sate dan Gule menjadi menu yang kurang diminati oleh para wisatawan. Oleh karena itu, diharapkan kepada pihak pemerintah kota Surabaya untuk dapat lebih memperkenalkan makanan-makanan khas Surabaya tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan pekan raya kuliner yang diadakan setiap perayaan hari-hari besar seperti hari kemerdekaan, hari pahlawan dan lain-lain yang lokasinya ditempatkan secara bergiliran dan merata di kota Surabaya.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai acuan dan pembandingan agar bidang wisata kuliner di Surabaya dapat lebih berkembang.

3. Untuk Pengelola Rumah Makan di Surabaya

Para pengelola rumah makan di Surabaya baiknya lebih optimal dalam mempromosikan menu kuliner yang ada di Surabaya. Tidak hanya yang kurang diminati saja tetapi menu yang sudah menjadi andalan juga harus tetap dipromosikan kepada masyarakat luar, sehingga wisatawan yang tertarik dengan wisata kuliner yang ada di Surabaya semakin bertambah dan bidang wisata kuliner di Surabaya juga semakin berkembang. Promosi dapat dilakukan dengan secara aktif mengikuti pekan raya kuliner yang diadakan oleh pemerintah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Listiyono, Agus, 2008, Belajar Cita Rasa, Pelita-indonesia,  
[http://aguslistiyono.blogspot.com/2008\\_01\\_01\\_archive.html](http://aguslistiyono.blogspot.com/2008_01_01_archive.html)
- R.G.Soekadijo, *Anatomi Pariwisata*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama,  
Cetakan Ketiga, Jakarta, 2000.
- Ross, Glen F., *Psikologi Pariwisata*, Penerbit Yayasan Obor Indonesia,  
Edisi Pertama, Jakarta, 2000.
- Schiffman, LG and LL Kanuk, 2007, *Consumer behavior*. Ninth edition.  
USA: Pearson International Edition.
- Wisnawa, Made Bayu, 2011, Bentuk dan Jenis Pariwisata,  
<http://madebayu.blogspot.com/2010/02/bentuk-dan-jenis-pariwisata.html>
- Williams, Christine, and John Buswell, *Service Quality in Leisure And Tourism*
- Yoeti, Oka A (2003), *Tours and Travel Marketing*, Penerbit PT Pradnya Paramita,  
Cetakan Pertama, Jakarta, 2003.
- Eprints.uns.ac.id/7937/1/1/144211308201009261.pdf
- <http://tabetamang.wordpress.com/2012/08/24/definisi-pariwisata-menurut-beberapa-ahli/comment-page-1/> diunduh 12 September 2013
- [http://journal.unair.ac.id/filerPDF/10-edwin\\_PERENCANAAN\\_PAKET\\_WISATA.pdf](http://journal.unair.ac.id/filerPDF/10-edwin_PERENCANAAN_PAKET_WISATA.pdf) diunduh 12 September 2013
- [http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/JUR.\\_PEND.\\_GEOGRAFI/197210242001121-BAGJA\\_WALUYA/GEOGRAFI\\_PARIWISATA/](http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/JUR._PEND._GEOGRAFI/197210242001121-BAGJA_WALUYA/GEOGRAFI_PARIWISATA/) diunduh 12 September 2013
- <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/4/Chapter%20II.pdf> diunduh 12 September 2013
- <http://indonesia.travel/id/news/detail/598/angka-kunjungan-wisatawan-tahun-2011-meningkat-daya-saing-pariwisata-indonesia-naik-peringkat%20diakses%208%20Maret%202012> diunduh 25 September 2013
- <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/Makalah%20taman%20kuliner.pdf> diunduh 26 Juli 2013
- <http://tipsjalan.com/102/asyiknya-wisata-kuliner-di-indonesia.php> diunduh 23 September 2013
- <http://www.bakerymagazine.com/2013/06/12/berkania-promosindo-gelar-bacary-food-industry-packpro-dan-horeca-makassar-expo-2013/> diunduh 24 September 2013
- <http://gopanganlokal.miti.or.id/index.php/peran-strategis-industri-kuliner-bagi-pertumbuhan-ekonomi> 26 September 2013
- <http://www.surabayapost.co.id/?mnu=berita&act=view&id=8d0d2b57bdc0fa64bc3348ffcf5d159&jenis=e4da3b7fbbce2345d7772b0674a318d5> diunduh 26 September 2013
- [http://www.researchgate.net/publication/39737860\\_Respon\\_dan\\_pengetahuan\\_masyarakat\\_terhadap\\_kegiatan\\_Surabaya\\_Tourism\\_Promotion\\_Board\\_\(STPB\)\\_dalam\\_menjadikan\\_kota\\_Surabaya\\_sebagai\\_kota\\_tujuan\\_wisata\\_melalui\\_sparkling\\_Surabaya](http://www.researchgate.net/publication/39737860_Respon_dan_pengetahuan_masyarakat_terhadap_kegiatan_Surabaya_Tourism_Promotion_Board_(STPB)_dalam_menjadikan_kota_Surabaya_sebagai_kota_tujuan_wisata_melalui_sparkling_Surabaya) diunduh 28 September 2013
- <http://travel.okezone.com/read/2013/05/23/407/811717/surabaya-pilihan-tujuan-wisata-anyar-di-indonesia> diunduh 28 September 2013
- <http://koran-jakarta.com/index.php/detail/view01%20/75353> diunduh 2 Oktober 2013
- <http://ekbis.sindonews.com/read/2013/05/03/34/744811/jumlah-wisatawan-asing-dan-lokal-di-surabaya-meningkat> diunduh 2 Oktober 2013
- <http://www.centroone.com/lifestyle/2013/05/1r/menggoyang-lidah-dengan-kuliner-khas-surabaya/> diunduh 3 Oktober 2013
- <http://whatindonews.com/id/post/4522> diunduh 3 Oktober 2013

<http://www.fauzirohim.com/2009/02/wisata-kuliner-surabaya-daftar-lengkap.html> diunduh 3 Oktober 2013

<http://mbakfajriitut.wordpress.com/2012/11/10/maknyusnya-semanggi-kuliner-khas-surabaya/> diunduh 3 Oktober 2013

<http://www.beritametro.co.id/bisnis/pengunjung-kafe-restoran-naik-50-persen> diunduh 3 Oktober 2013